



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS ESA UNGGUL

Mata kuliah	: Manajemen Pemasaran Pelayanan Kesehatan	Kode MK	: KMA474
Mata kuliah prasyarat	: -	Bobot MK	: 2 SKS
Dosen Pengampu	: Erlina Puspitaloka Mahadewi	Kode Dosen	: 5661
Alokasi Waktu	: Tatap muka 14 kali @100 menit (Semester VII)		
Capaian Pembelajaran	: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa memahami teori, konsep dan etika dasar dalam pemasaran dan mengelola pasar pelayanan kesehatan 2. Mahasiswa mampu memahami teori, konsep dan prinsip etika dasar dalam penyelenggaraan Manajemen Pemasaran dalam bidang Pelayanan Kesehatan untuk diterapkan di Rumah Sakit 3. Mahasiswa dapat menggunakan konsep, pemahaman teori dasar dan langkah-langkah Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran di Rumah Sakit dengan baik sesuai Etika nya 		

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
1	Mahasiswa mampu memahami teori dan konsep MarkComm di Rumah Sakit serta mampu mengaitkan kedua konsep tersebut.	OVERVIEW: Introduction for Marketing Public Relations Hospital (Teori MPR)	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009) Humas (PERSI terbaru)	Mendeskripsikan konsep dasar dan teori di Rumah Sakit dengan benar

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
2	Mahasiswa mampu memahami teori dan konsep Pemasaran dan Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit serta mampu mengaitkan kedua konsep tersebut.	OVERVIEWS: Introduction for Marketing Hospital (Teori)	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009) Pemasaran (IMA)	Mendeskripsikan konsep dasar dan teori Pemasaran dan Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit dengan benar
3.	Mahasiswa mampu memahami konsep teori dan konsep Pemasaran Rumah Sakit dengan teori 4P's (Marketing Mix) & 7P's (Mega Marketing)	UNDERSTANDING: 1. Teori 4P's (Marketing Mix) Teori 7 P's (Mega Marketing) Implementasinya di Rumah Sakit	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009)	Mendeskripsikan konsep dasar dan teori Marketing Mix dan Mega Marketing di Rumah Sakit dengan benar
4.	Mahasiswa mampu memahami Branding atau Citra Rumah Sakit	UNDERSTANDING: Branding For Hospital (Citra Rumah Sakit)	Tatap Muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009)	Mendeskripsikan kosnsep dan teori dasar Citra Rumah Sakit dengan benar
5.	Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan tentang konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit	UNDERSTANDING: Marketing Service in Hospital	Tatap Muka Diskusi	Stephen & Robert (2014) Zeithaml & Bitner (2013) Hartono, B (2010)	Mendeskripsikan konsep dasar Marketing Service di Rumah Sakit dengan benar

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
6	Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit.	UNDERSTANDING : 1. Bussiness Strategy in Hospital 2. Competition VS Cooperation in Hospital	Tatap muka Diskusi Studi Kasus	Kodersi, PERSI (2000) Pedoman Etika Promosi RS, PERSI & Makersi (2006 & 2011) Permenkes 1787 tentang Iklan & Publikasi Layanan Kes. Pemasaran, IMA (2015)	Mendeskripsikan konsep dasar Bisnis, Etika RS, Promosi & Pemasaran RS dengan benar
7	Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit.	UNDERSTANDING : 1. Bussiness Strategy in Hospital 2. Competition VS Cooperation in Hospital	Tatap muka Diskusi Studi Kasus	Kodersi, PERSI (2000) Pedoman Etika Promosi RS, PERSI & Makersi (2006 & 2011) Permenkes 1787 tentang Iklan & Publikasi Layanan Kes. Pemasaran, IMA (2015)	Mendeskripsikan konsep dasar Bisnis, Etika RS, Promosi & Pemasaran RS dengan benar
UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)					
8	Mahasiswa mampu memahami bagaimana Rumah Sakit menerapkan SWOT dan TOWS Matrix di Pemasaran Rumah Sakit	UNDERSTANDING: SWOT vs TOWS Matrix in Hospital	Tatap Muka Diskusi Studi Kasus	Hartono, B (2010) Kotler & Keller (2009) Journals	Mendeskripsikan perilaku bisnis dan nilai tambah kompetitif dalam tabel Pemasaran RS dengan benar
9.	Mahasiswa mampu memahami definisi harga dan profitability dalam bisnis RS	UNDERSTANDING : Pricing & Profitability in Hospital	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009) Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008)	Memahami cara menerapkan : tipe2 harga dan profit dalam Pemasaran RS dengan benar

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
10.	Mahasiswa mampu memahami cara membangun nilai kompetisi, nilai tambah bisnis dalam Pemasaran RS	UNDERSTANDING : Competitiveness Finding in Marketing Hospital	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler and Keller (2009) Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008)	Memahami cara membangun perilaku bisnis dan nilai tambah kompetisi di RS dengan benar
11.	Mahasiswa mampu memahami teori dasar Pemasaran RS dalam hubungan dengan konsep SPT (Segmentasi, Positioning, dan Targeting).	UNDERSTANDING : Strategy Marketing in Hospital	Tatap muka Diskusi	Hartono, B (2010) Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008)	Mengidentifikasi permasalahan, strategi, dan posisi RS dalam persaingan. dengan benar
12	Mahasiswa mampu memahami Kode Etik & Kode Perilaku Pemasaran & Komunikasi Pemasaran di Rumah Sakit.	UNDERSTANDING: 1. Code Ethics & Code Conduct Marketing Hospital 2. Code Ethics & Code Conduct Hospital	Tatap muka Diskusi Studi Kasus	Hartono, B (2010) Kodersi, PERSI (2000) Pedoman Etika Promosi RS, PERSI & Makersi (2006 & 2011) Permenkes 1787 tentang Iklan & Publikasi Layanan Kes. Pemasaran, IMA (2015) Humas, PERSI (2015)	Memahami cara mengimplementasikan Kode Etika dan Kode Perilaku Pemasaran di dalam Rumah Sakit sesuai pedoman yang benar
13	Mahasiswa mampu memahami konsep Marketing Relationship dan mampu mengaplikasikan dalam manajemen Rumah Sakit	UNDERSTANDING : Crisis & Image in Hospital	Tatap muka Diskusi Studi Kasus	Hartono, B (2010) Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008) Journals	Mendesain konsep komunikasi kesehatan & hubungan dengan pelanggan RS dalam menghadapi krisis dan membangun image dengan benar

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
14	Mahasiswa mampu memahami konsep Marketing Relationship dan mampu mengaplikasikan dalam manajemen Rumah Sakit	UNDERSTANDING : Crisis & Image in Hospital	Tatap muka Diskusi Studi Kasus	Hartono, B (2010) Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008) Journals	Mendesain konsep komunikasi kesehatan & hubungan dengan pelanggan RS dalam menghadapi krisis dan membangun image dengan benar
UJIAN AKHIR SEMESTER					

Bahan Pustaka :

1. Fitzsimmons & Fitzsimon (2011), Journals
2. Hartono, B (2010), Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit, Jakarta : PT. Rineka Cipta
3. Kotler P, Shalowitz J., Stevens R.J. (2008), Strategic Marketing for Health Care Organizations, First Edition, Jossey Bass : A Wiley Imprint
4. Kotler, P and Keller, K.L. (2009), Marketing Management, Thirteen Edition, New Jersey : Pearson Prentice-Hall
5. Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (2000), Kode Etik Rumah Sakit Indonesia (Kodersi), Jakarta, PERSI
6. Permenkes RI, Nomer : 1787 tahun 2010, tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan
7. Tim Penyusun (2003), Pedoman Paguyuban Humas RS, Jakarta : Irsjam & PERSI
8. Tim Penyusun (2006), Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit, Jakarta : PERSI & Makersi
9. Tim Penyusun (2011), Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit, Jakarta : PERSI & Makersi
10. Zeithaml Valarie A., Bitner Mary Jo. (2013), Service Marketing Integrating Customer Focus, 6th Edition, The McGraw-Hill

Jakarta,

Dosen Pengampu Mata Kuliah :

Mengetahui Ketua Program Studi :

Erlina P. Mahadewi, SE, MM, MBL

Putri Handayani, SKM, MKKK

EVALUASI PEMBELAJARAN

SES I	PROSEDUR	BEN-TUK	SEKOR \geq 77 (A / A-)	SEKOR \geq 65 (B- / B / B+)	SEKOR \geq 60 (C / C+)	SEKOR \geq 45 (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
1	<i>Progress test</i>	Tes lisan	Menjelaskan teori konsep dasar marketing komunikasi dengan benar dan lengkap	Menjelaskan konsep dasar marketing komunikasi dengan benar	Menjelaskan konsep dasar marketing komunikasi dengan cukup benar	Menjelaskan konsep dasar marketing komunikasi kurang benar	Tidak dapat menjelaskan konsep dasar marketing komunikasi	0
2	<i>Pre test dan post test</i>	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan tentang karakteristik, fungsi dan model proses Pemasaran & Majemen kesehatan dengan benar dan lengkap	Menguraikan tentang karakteristik, fungsi dan model proses Pemasaran kesehatan dengan benar	Menguraikan tentang karakteristik, dan fungsi Pemasaran kesehatan dengan benar	Menguraikan tentang karakteristik, dan fungsi Pemasaran kesehatan kurang benar	Tidak dapat menguraikan tentang karakteristik, dan fungsi Pemasaran kesehatan	5 %
3	<i>Pre test, progress test dan post test</i>	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan tentang Marketing Mix & Mega Marketing dengan lengkap dan benar	Menguraikan tentang Marketing Mix & Mega Marketing dengan benar	Menguraikan tentang Marketing Mix & Mega Marketing dengan cukup benar	Menguraikan tentang Marketing Mix & Mega Marketing dengan kurang benar	Tidak dapat menguraikan Marketing Mix & Mega Marketing dengan lengkap	5 %

SES I	PROSE - DUR	BEN-TUK	SEKOR_{≥ 77} (A / A-)	SEKOR_{≥ 65} (B- / B / B+)	SEKOR_{≥ 60} (C / C+)	SEKOR_{≥ 45} (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
4	<i>Post test</i>	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan Branding & Citra Rumah Sakit dengan lengkap dan benar	Menguraikan Branding & Citra Rumah Sakit dengan benar	Menguraikan Branding & Citra Rumah Sakit dengan cukup benar	Menguraikan Branding & Citra Rumah Sakit dengan kurang benar	Tidak dapat menguraikan Branding & Citra Rumah Sakit dengan lengkap	5 %
5	<i>Post test</i>	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan tentang konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit dengan lengkap dan benar	Menguraikan dan dapat menjelaskan tentang konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit dengan benar	Menguraikan tentang konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit dengan cukup benar	Menguraikan tentang konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit dengan kurang benar	Tidak dapat menguraikan konsep dasar Service & Marketing Service di Rumah Sakit	5 %
6	<i>Post test</i>	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan & memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit dengan lengkap dan benar	Menguraikan & memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit dengan benar	Menguraikan & memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit dengan cukup benar	Menguraikan & memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit kurang benar	Tidak dapat menguraikan juga tidak memahami dan dapat menjelaskan Strategi Bisnis, Etika RS, kerjasama dan perkembangan persaingan bisnis di Rumah sakit.	5 %
7	<i>Progress test</i>	Tes lisan (Tugas)	Menguraikan kegiatan perencanaan dan proses event	Menguraikan kegiatan perencanaan dan proses event	Menguraikan kegiatan perencanaan dan proses	Menguraikan kegiatan perencanaan dan proses	Tidak dapat menguraikan kegiatan perencanaan	10 %

SES I	PROSE - DUR	BEN-TUK	SEKOR _{≥ 77} (A / A-)	SEKOR _{≥ 65} (B- / B / B+)	SEKOR _{≥ 60} (C / C+)	SEKOR _{≥ 45} (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
			komunikasi kesehatan meliputi tema, konsep, dan kepanitiaan dengan lengkap dan benar	komunikasi kesehatan meliputi tema, konsep, dan kepanitiaan dengan benar	event komunikasi kesehatan meliputi tema dan konsep dengan benar	event komunikasi kesehatan meliputi tema, dan konsep, kurang benar	dan proses event komunikasi kesehatan meliputi tema, dan konsep	
8	<i>Progress test dan post test</i>	Tes tulisan (UAS)	Menguraikan pesan-pesan efektif media, kreatifitas dan estetika dalam desain film, strategi komunikasi dalam penyebaran pesan melalui media, secara lengkap dan benar	Menguraikan pesan-pesan efektif media, kreatifitas dan estetika dalam desain film, strategi komunikasi dalam penyebaran pesan melalui media, secara benar	Menguraikan pesan-pesan efektif media, kreatifitas dan estetika dalam desain film, secara benar	Menguraikan pesan-pesan efektif media, kreatifitas dan estetika dalam desain film, secara kurang benar	Tidak dapat menguraikan pesan-pesan efektif media, kreatifitas dan estetika dalam desain film, secara benar	5 %
9	<i>progress test dan post test</i>	Tes tulisan (UAS)	Menguraikan model komunikasi untuk membangun partisipasi, memecahkan konflik, dan teknik untuk provokasi dan advokasi, dengan lengkap dan benar	Menguraikan model komunikasi untuk membangun partisipasi, memecahkan konflik, dan teknik untuk provokasi dan advokasi dengan benar	Menguraikan model komunikasi untuk membangun partisipasi, dengan benar	Menguraikan model komunikasi untuk membangun partisipasi, kurang benar	Tidak dapat menguraikan model komunikasi untuk membangun partisipasi	10%

SES I	PROSE - DUR	BEN-TUK	SEKOR_{≥ 77} (A / A-)	SEKOR_{≥ 65} (B- / B / B+)	SEKOR_{≥ 60} (C / C+)	SEKOR_{≥ 45} (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
10	<i>Progress test</i>	Tes lisan (Tugas)	Menguraikan pemantapan rencana kegiatan proyek komunikasi kesehatan meliputi perkembangan, gangguan, hambatan, dan tindak lanjut dengan lengkap dan benar	Menguraikan pemantapan rencana kegiatan proyek komunikasi kesehatan meliputi perkembangan, gangguan, hambatan, dan tindak lanjut dengan benar	Menguraikan pemantapan rencana kegiatan proyek komunikasi kesehatan dengan benar	Menguraikan pemantapan rencana kegiatan proyek komunikasi kesehatan kurang benar	Tidak dapat menguraikan pemantapan rencana kegiatan proyek komunikasi kesehatan	10 %
11	<i>Post test</i>	Tes tulisan (UAS)	Menguraikan metode komunikasi lintas budaya secara sensitif, efektif, dan profesional dengan lengkap dan benar	Menguraikan metode komunikasi lintas budaya secara sensitif, efektif, dan profesional dengan benar	Menguraikan metode komunikasi lintas budaya secara efektif, dengan benar	Menguraikan metode komunikasi lintas budaya secara efektif, kurang benar	Tidak dapat menguraikan metode komunikasi lintas budaya secara efektif,	10%
12	<i>Progress test</i>	Tes lisan (Tugas)	Menguraikan pematangan perencanaan kegiatan proyek komunikasi kesehatan meliputi perkembangan, peluang/hambatan, dan pematangan tindak lanjut, dengan lengkap	Menguraikan pematangan perencanaan kegiatan proyek komunikasi kesehatan meliputi perkembangan, peluang/hambatan, dan pematangan	Menguraikan pematangan perencanaan kegiatan proyek komunikasi kesehatan dengan benar	Menguraikan pematangan perencanaan kegiatan proyek komunikasi kesehatan kurang benar	Tidak dapat menguraikan pematangan perencanaan kegiatan proyek komunikasi kesehatan	5%

SES I	PROSE - DUR	BEN-TUK	SEKOR ≥ 77 (A / A-)	SEKOR ≥ 65 (B- / B / B+)	SEKOR ≥ 60 (C / C+)	SEKOR ≥ 45 (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
			dan benar	tindak lanjut, dengan benar				
13	<i>Post test</i>	Tes lisan (Tugas)	Menguraikan komunikasi budaya antar petugas kesehatan, ciri komunikasi pada profesi dokter, perawat, bidan, dan Kesmas, serta model komunikasi spesifik antar petugas kesehatan, dengan lengkap dan benar	Menguraikan komunikasi budaya antar petugas kesehatan, ciri komunikasi pada profesi dokter, perawat, bidan, dan Kesmas, serta model komunikasi spesifik antar petugas kesehatan dengan benar	Menguraikan komunikasi budaya antar petugas kesehatan dan ciri komunikasi dengan benar	Menguraikan komunikasi budaya antar petugas kesehatan dan ciri komunikasi kurang benar	Tidak dapat menguraikan komunikasi budaya antar petugas kesehatan dan ciri komunikasi	5%
14	<i>Progress test</i>	Tes tertulis (UAS)	Menjalankan perencanaan, kegiatan, event dan proyek komunikasi kesehatan dalam komunikasi terapeutik dengan lengkap dan benar	Menjalankan perencanaan, kegiatan, event dan proyek komunikasi kesehatan dalam komunikasi terapeutik dengan benar	Menjalankan perencanaan komunikasi kesehatan dalam komunikasi terapeutik dengan benar	Menjalankan perencanaan komunikasi kesehatan dalam komunikasi terapeutik kurang benar	Tidak dapat menjalankan perencanaan komunikasi kesehatan dalam komunikasi terapeutik	10 %

Komponen Penilaian:

Kehadiran : 10%

Tugas : 40

UTS : 25%

UAS : 25%

Jakarta,

Dosen Pengampu Mata Kuliah :

Mengetahui Ketua Program Studi :

Erlina P. Mahadewi, SE, MM, MBL

Putri Handayani, SKM, MKKK